

UPAYA RECOVERY PERMINTAAN PRODUK KONFEKSI NAGARI SUNGAI PUA KABUPATEN AGAM DALAM MENGUNRANGI PENGANGGURAN

Ami Aulia Fatwa¹, Rika Widianita²

fatwaami123@gmail.com¹, rikawidianita@uinbukittinggi.ac.id²

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

ABSTRAK

Menurunnya permintaan produk konfeksi di Nagari Sungai Pua, Kabupaten Agam, berdampak pada penurunan omzet, berkurangnya tenaga kerja, serta meningkatnya pengangguran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi recovery yang dilakukan oleh pelaku usaha konfeksi dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan daya saing. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi dari sejumlah pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya recovery meliputi perbaikan kualitas produk, pemanfaatan pemasaran digital dan e-commerce, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan modal, akses teknologi, dan persaingan usaha yang semakin ketat. Temuan ini menekankan pentingnya kolaborasi antara pengusaha, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lain untuk membangun ekosistem usaha konfeksi yang adaptif dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam kajian pemulihan usaha kecil serta implikasi praktis bagi pengambil kebijakan dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi keberlanjutan ekonomi lokal.

Kata Kunci: Recovery, Konfeksi, Pengangguran, Ekonomi Lokal, Digitalisasi, UMKM.

ABSTRACT

The decline in demand for convection products in Nagari Sungai Pua, Agam Regency, has had a direct impact on business turnover, employment reduction, and the increase in unemployment. This study aims to analyze recovery strategies implemented by convection entrepreneurs to reduce unemployment and improve competitiveness in the local economy. Using a qualitative case study design, data were collected through in-depth interviews, field observations, and documentation from several business owners. The results show that recovery efforts include improving product quality, utilizing digital marketing and e-commerce, strengthening customer relationships, and enhancing human resource capacity through training. However, constraints such as limited access to capital, technology, and increasing competition hinder optimal recovery. The findings highlight the need for collaboration between entrepreneurs, local government, and other stakeholders in building a sustainable and adaptive business ecosystem. This study contributes to the literature on small business recovery and provides practical implications for policymakers and entrepreneurs in developing strategies to sustain local economic resilience.

Keywords: Recovery, Convection, Unemployment, Local Economy, Digitalization, SMES.

PENDAHULUAN

Industri konfeksi merupakan salah satu sektor unggulan di Nagari Sungai Pua, Kabupaten Agam, karena mampu menyerap tenaga kerja lokal dalam jumlah besar. Namun, sejak tahun 2023 terjadi penurunan permintaan produk yang signifikan, berdampak pada

menurunnya omzet dan pengurangan tenaga kerja. Kondisi ini memperburuk tingkat pengangguran yang sudah menjadi isu nasional (Sari, 2021).

Sejumlah penelitian terdahulu membahas pemulihan UMKM pasca krisis. Hardilawati (2020) menekankan pentingnya strategi digitalisasi, sementara Sutrisno (2021) menyoroti dukungan pemerintah dan stakeholder. Namun, penelitian tentang recovery usaha konfeksi di daerah spesifik seperti Nagari Sungai Pua masih jarang ditemukan. Inilah yang menjadi gap penelitian ini.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada upaya recovery permintaan produk konfeksi di Nagari Sungai Pua dalam mengurangi pengangguran, dengan kebaruan pada konteks lokal dan strategi adaptif berbasis digitalisasi serta pemberdayaan sumber daya manusia sesuai dengan prinsip ekonomi Islam (Abu Saud, 1991).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kualitatif dengan desain studi kasus*. Lokasi penelitian berada di Nagari Sungai Pua, Kabupaten Agam. Subjek penelitian adalah pemilik dan pekerja dari sepuluh usaha konfeksi lokal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam* dengan pemilik usaha dan pekerja.
2. Observasi langsung* terhadap aktivitas produksi, pemasaran, dan distribusi.
3. Dokumentasi* berupa catatan keuangan, data tenaga kerja, dan laporan penjualan.

Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1994). Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2024. Validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber dan metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan signifikan pada omzet dan jumlah tenaga kerja konfeksi di Nagari Sungai Pua. Data omzet dari beberapa konfeksi memperlihatkan tren menurun, misalnya Jonifer yang turun dari Rp40 miliar (2022) menjadi Rp15 miliar (2024). Demikian pula jumlah pekerja Azzam Busana berkurang dari 50 orang (2023) menjadi 8 orang (2024).

Tabel 1. Omzet Penjualan Konfeksi di Nagari Sungai Pua (2022–2024)

Tahun	Jumlah Usaha	Jenis Produk	Perubahan (%)
2020	40	Gamis Dewasa dan Anak – anak	-
2021	50	Gamis Dewasa dan Anak – anak	25%
2022	55	Gamis Dewasa dan Anak – anak	10%
2023	45	Gamis Dewasa dan Anak – anak	18.18%
2024	50	Gamis Dewasa dan Anak – anak	11.11%

Tabel 2. Biaya Gaji Tenaga Kerja Konfeksi per Bulan

No	Nama Konfeksi	Gaji Karyawan
1.	Azzam Busana	12 JT / Bulan
2.	Cahaya	7.5 JT/ Bulan
3.	Azzella	12.5 JT / Bulan
4.	Jonifer	15.5 JT / Bulan
5.	Hanifa	2 JT / Bulan
6.	Fahira	12 JT / Bulan
7.	Hj. Eni Ayah	24 JT / Bulan
8.	Jihan	2 JT / Bulan
9.	BDY Fashion	16.5 JT / Bulan

Narasi ini menunjukkan bahwa pemulihan sangat dibutuhkan agar UMKM konfeksi tetap bertahan. Upaya yang sudah dilakukan pelaku usaha antara lain perbaikan kualitas produk, pemanfaatan media sosial dan marketplace, serta efisiensi biaya produksi.

Pembahasan

Temuan penelitian ini konsisten dengan studi Hardilawati (2020) yang menegaskan digitalisasi sebagai strategi bertahan UMKM di masa krisis. Penggunaan e-commerce dan media sosial di Sungai Pua terbukti mampu memperluas pasar walau belum maksimal. Namun, berbeda dengan penelitian Saragih & Tyas (2020) yang menekankan modal sebagai faktor utama perkembangan konfeksi, di Sungai Pua peran keterampilan SDM dan kualitas produk justru lebih dominan.

Keterbatasan penelitian ini adalah data yang dikumpulkan hanya mencakup satu wilayah (Nagari Sungai Pua) dengan jumlah usaha terbatas. Penelitian lanjutan perlu melibatkan wilayah lain untuk perbandingan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa upaya recovery permintaan produk konfeksi di Nagari Sungai Pua dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, pemanfaatan digital marketing dan e-commerce, penguatan hubungan pelanggan, serta pelatihan SDM. Kendala utama yang dihadapi pelaku usaha adalah keterbatasan modal, akses teknologi, dan persaingan.

Kontribusi penelitian ini adalah memperkaya literatur mengenai strategi pemulihan UMKM di sektor konfeksi lokal. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan stakeholder untuk merancang program pendampingan UMKM berbasis digitalisasi dan pemberdayaan SDM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Saud, M. (1991). *Garis-garis besar ekonomi Islam* (A. Rais, Trans.). Jakarta: Gema Insani Press.
- Akbar, D. D. (2024). *Pengantar ekonomi bisnis*. Jakarta: PT Warna Samudera.
- Asmini, R. R., Sutama, I. N., & Haryadi, W. (2020). Manajemen business cycle sebagai basis peluang usaha pasca Covid-19: Suatu upaya pemulihan ekonomi masyarakat. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 45–57.
- Chang, R. S. E., & Rose, A. Z. (2012). Towards a theory of economic recovery from disasters. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 32(2), 171–181.
- Ginting, M. C. (2018). Peran modal kerja dalam meningkatkan profitabilitas. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 55–63.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 159–167.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Imran, I. (2023). *Manajemen strategi*. Bukittinggi: CV Azka Pustaka.
- Karwati, E. (2020). Kinerja dan profesionalisme kepala sekolah membangun sekolah yang bermutu. Bandung: Alfabeta.
- Karwati, Euis. (2020). *Kinerja dan Profesionalisme Kepala Sekolah Membangun Sekolah yang Bermutu*. Alfabeta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: PT Prenhalindo.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–50.
- Rapitasari, D. (2021). Upaya pemulihan ekonomi nasional di Jawa Timur melalui JATIM

Bangkit. *Majalah Ekonomi*, 26(1), 62–70.

Raziqi, A., & Masruroh, N. (2022). *Teori permintaan dalam kajian Marshallian dan ekonomi Islam*. Malang: CV Jakad Media Publishing.

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan strategi pemasaran*. Yogyakarta: CV Sah Media.

Saragih, D. D., & Tyas, W. P. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan usaha industri konfeksi berbasis rumah di Salatiga. *TEKNIK*, 41(1), 78–91.

Sari, L. T. A. (2021). Pengaruh pertumbuhan UMKM dan tingkat pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Journal of Economics*, 1(3), 201–210.

Sutrisno, E. (2021). Pemulihan ekonomi pasca pandemi melalui sektor UMKM dan pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1), 167–185.

Tambunan, T. (2011). *Teori ekonomi makro*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Utami, D. N. (2019). Teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 115–123.